أخلاقيات الأعمال الافتراضية "الرقمية" وانتهاكات هذا الوافد الجديد

الأستاذ: امحمد فرعون
Sid18med@yahoo.fr
المركز الجامعي خميس مليانة

الأستاذة: زروقي نسرين
nousou21@hotmail.fr
المركز الجامعي خميس مليانة

الملخص:

يتسم اقتصاد اليوم بالسرعة والحركية وتحكم مبدأ المعرفة في بقاء المؤسسة واستدامة نشاطها، إذ يقوم الجزء الأكبر من المعاملات الاقتصادية والتجارية في العالم على استعمال التكنولوجيا الحديثة، من خلال التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من جهة، وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى، بما يحقق الشفافية والفورية والإتاحة لجميع المؤشرات المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية، ومع ذلك اثبت في كثير من المرات أن المرونة التي تمنحها الأعمال الرقمية قد تكون سببا في حدوث المشاكل وتكون الأزمات.

وعليه جاءت ورقتنا البحثية هذه لإلقاء الضوء على إمكانية ربط أخلاقيات الأعمال التقليدية بالأعمال الرقمية و سبل تكييفها حتى تسهم في إثراء الدور الفعال الذي يلعبه هذا الوافد الجديد.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الرقمي، الأعمال الرقمية ، أخلاقيات الأعمال، أخلاقيات الأعمال الرقمية، انتهاكات الأعمال الرقمية.

ABSTRACT

today's economy Is characterized by speed and Dynamic and control principle of knowledge in the survival of the institution and the sustainability of their activities, since the bulk of the economic and commercial transactions in the world to use modern technology, through interaction, integration and continuous coordination between information technology and communications on a side, and between the national economy and the sectoral and international, on the other. in order to achieve transparency and instant access to all the indicators of support for all economic and trade and finance decisions, however, has

proven many times that the flexibility afforded by the digital works may be *causing the problems and the crises.*

Accordingly, this paper research is presented to shed light on the possibility of linking the traditional business ethics and business digital means adapted to contribute to the enrichment of the active role played by this newcomer.

Keywords: *digital economy, digital business, business ethics, digital business ethics, digital business violations.*

مقدمة

إن سمة هذا العصر هو البقاء للأذكى والأسرع في استخدام المعرفة وتوسيع نطاق تطبيقاتها في مختلف شؤون الحياة والدقة في الأداء والانجاز، والمعرفة وتطبيقها هما السبيل لصنع المستقبل، والنظام التربوي هو الأساس الأول لتحقيق ذلك ويتوقف إحراز التطور والنجاح في هدا وذاك في أي مجتمع على سرعة الاستجابة للتغيرات التي ستطرأ في كل مجالات الحياة، ومتابعة التفجر المعرفي، وإنتاج معرفة جديدة بتطبيقات واسعة أو تقنيات مناسبة، وتوظيفها في السياق الملائم لها، لأن المعرفة تبوأت قيادة التطوير المعاصر وصارت طاقة الحركة والفعل للنهضة القادمة. والتكنولوجيا بطبيعتها "متعادلة القيمة" والأشياء بذاتها لاتحمل قدراً من الخير أو الشر، وإنما البشر هم الذين ينفثون فيها الحياة باستخدامهم إياها ويضفون عليها خصائص معنوية وأخلاقية.

مشكلة البحث: إن جوهر المشكلة التي نحاول في بحثنا هذا التصدي لبحثها ووضع الاستنتاجات والتوصيات اللازمة لحلها قد وضعت في صيغة الأسئلة التالية:

1. ما هو هذا الاقتصاد الجديد؟ وكيف تؤثر أخلاقيات هذا الوافد الجدد في نتائج أعماله على اقتصاديات الدول؟
2. ما هي أهم الانتهاكات التي تعاني منها الأعمال الرقمية؟ وما علاقة الأخلاق بالتكنولوجيا؟

فرضيات البحث: يستند البحث على الفرضيتين التاليتين:

1. التطور التكنولوجي في مختلف المجالات، واعتماد الاقتصاديات على المعرفة، أثر على الأخلاقيات بصفة عامة.
2. تعد الانتهاكات وليدة غياب الأخلاق في مجال المعرفة.

أهمية البحث:

تنبع أهمية هذا البحث من أهمية موضوع التسارع الرهيب في التكنولوجيا والمعرفة، وكون هذه الآلية الجديدة أكثر الموضوعات إثارة للحيرة الأخلاقية. فقد أصبح البعض يسمي أي اكتشافات أو اختراعات جديدة على أنها تفاحة آدم الجديدة.

هدف البحث:

إن الأهداف المتوخاة من بحثنا هذا تتمحور باتجاه الوقوف على التطورات التي طرأت على الاقتصاد والأعمال بصفة خاصة، وتسليط الضوء على أهم الأخلاق الواجب التحلي بها في إطار التطور المتسارع ي تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بالإضافة إلى الانتهاكات التي تواجهها هذه الأخلاق ونتائجها على الفرد والمجتمع.

أسلوب البحث:

بناءًا على ما سبق ارتأينا تقسيم بحثنا هذا إلى ثلاثة مباحث لنتطرق إلى اقتصاد المعرفة" الأعمال الرقمية" وأساسياته في المبحث الأول وماهية أخلاقيات هذا الوافد الجديد في المبحث الثاني. أما المبحث الثالث فسنتطرق إلى انتهاكات مجال المعرفة والأخلاقيات المناهضة لها. بالاعتماد على الأسلوب الوصفي والتحليلي الاستقرائي من أجل مناقشة واثبات فرضيات الدراسة.

المبحث الأول: أساسيات الاقتصاد الرقمي(الأعمال الرقمية)

يتجه الاقتصاد أكثر فأكثر نحو اقتصاد مبني على المعرفة، إذ تعتبر تكنولوجيا المعلومات كأداة جديدة للاقتصاد، وبفضل تطورات قطاع الاتصالات والمعلومات دخل الاقتصاد في تسييره وإدارته عصر الرقمية أو ما يسمى بالاقتصاد الرقمي والدي أثر على جميع الأعوان الاقتصاديين(من حومة، مؤسسات إلى الأسر،....)

1.1 مفهوم الأعمال الرقمية

1. **تعريف الاقتصاد الرقمي:** يقصد بالاقتصاد الرقمي التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من جهة، وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى، بما يحقق الشفافية والفورية والإتاحة لجميع المؤشرات المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما[1]، ويرتكز الاقتصاد الرقمي على ركيزتين أساسيتين، هما التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات، فصناعة المعلومات هي التي خلقت الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية

[1] راغب النجار،فريد **الاستثمار بالنظم الالكترونية والاقتصاد الرقمي**، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية. مصر، 2004، ص11

باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية، والتجارة الإلكترونية هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية من خلال المعطيات عبر الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة[1].

ويعني في جوهره تحول المعلومات إلى أهم سلعة في المجتمع بحيث يتم تحويل المعارف العليمة إلى الشكل الرقمي. إذ أصبح تنظيم المعلومات وخدمات المعلومات من أهم العناصر الأساسية في الاقتصاد المعرفي[2]. ومن بين تسميات الاقتصاد الرقمي [3]:

- اقتصاد الإنترنت: يركز هذا المصطلح بشكل أدق على أهم الشبكات المستخدمة في العالم وهي الإنترنت أو شبكة الشبكات.
- الاقتصاد الشبكي: ويركز هذا الأخير في مفهومه على الوسائل المستخدمة في بيئة الأعمال الجديدة(البيئة الإلكترونية).
- الاقتصاد الإلكتروني: وهو يشير في فحواه إلى جميع المنتجات الإلكترونية الحديثة.
- الاقتصاد الإبداعي: وهو يشير إلى جميع المنتجات المبتكرة والتي تعكس حالة إبداعية معينة. وعموما فهذا المصطلح يركز على دور المعرفة الضمنية والكامنة في العملية الإنتاجية.
- اقتصاد المعرفة: ويشير هذا المفهوم إلى الدور الفعال الذي تلعبه المعرفة "اقتصاديا" في توليد الثروة ورفع معدلات النمو.
- الاقتصاد الافتراضي: وهو يشير في مفهومه إلى بيئة الأعمال الإلكترونية الجديدة والمتمثلة في الإنترنت. وهو يشتمل على المنتجات المعرفية المحضة والمنتجات الخدمية بأنواعها في استخداماته.

2. ملامح ظهور الاقتصاد الرقمي:

إن فكرة الاقتصاد الجديد ترتبط ارتباطا وثيقا بمؤثرات التقدم التقني على النمو الاقتصادي، وفي ظروف تكامل الاقتصاد وانفتاحه متأثرا بشكل كبير بالعولمة التي أخذت باجتياح العالم ومست مختلف جوانب الحياة، حيث لم يعد هناك حدود جغرافية واقتصادية، وأصبح العالم قرية صغيرة، ويشكل الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المسائل الاقتصادية عاملا رئيسيا، إذ يمكن أن ترفع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من معدلات النمو عبر القنوات التالية:

القناة الأولى: تساهم قطاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مباشرة في النمو إجمالا بفضل مردودها الخاص، فهذه التقنيات هي الأدوات التي حررت الإبداع وسمحت بنشر المعرفة والتأثير على الاقتصاد وسلعه.

[1] شهاب الديب، **توجهات ترسم مستقبل التجارة الالكترونية، دراسة عن تأثير التجارة الالكترونية على الملكية الفردية والأمن الالكتروني**، "أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجي" ، القاهرة، مصر،2001، ص04

[2] غدير باسم غدير، **الاقتصاد المعرفي نحو نمط اقتصادي جديد**، دار المرساة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزء الأول،2001، ص49

[3] غدير باسم غدير،**اقتصاد المعرفة**،المرجع السابق الذكر، ص 76–79

القناة الثانية: هي الاستثمار المرتفع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي ترفع قوة الإنتاج الكبير في الاقتصاد عموما وتعكس بالتالي زيادات حادة في جودة المعدات وهبوطا في أسعارها.

القناة الثانية: هي ما يطلق عليها المؤثرات الجانبية كانتشار الانترنت ونشوء التجارة الالكترونية التي تؤدي إلى تخفيضات مهمة في التكاليف وفي تحسين تنظيم المؤسسات.

وهناك مجموعة من التحولات المعاصرة في الاقتصاد العالمي أدت إلى ظهور الاقتصاد المعرفي والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

1. الابتكارات والاكتشافات العلمية المتزايدة بشكل مطرد.
2. الانتقال من مجتمع صناعي إلى مجتمع معرفي، بحيث أصبحت المعارف والمعلومات هي المصادر الأساسية لهذا المجتمع.
3. التطور الهائل في التقنيات المستخدمة.
4. تكامل الاقتصاد وتحوله إلى اقتصاد عالمي مفتوح.

2.1: خصائص الاقتصاد الرقمي:

ما يميز الاقتصاد الرقمي انه يعمل على نشر مجتمع المعلومات والمعرفة وتشجيع بناء الحكومة الإلكترونية والشركات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية والإدارة الإلكترونية، ويحتاج ذلك إلى مجتمع واعي والذي يعرف بمجتمع المعلوماتية، والى زيادة إعداد الحواسب الإلكترونية واستخدامها في المعاملات والوظائف، وزيادة عدد المشتركين في الشبكة الدولية للمعلومات(الانترنت)، وتطوير استخدام البرمجيات الجاهزة، وإدارة الموارد البشرية والأنشطة التعليمية والتدريبية. وعليه يمكن إدراج أهم مميزات هذا الاقتصاد في النقاط التالية [1]:

- **سهولة الوصول إلى مصادر المعلومات**

نجاح ونمو الاقتصاد الرقمي يعتمد على قدرة الأفراد والمؤسسات على المشاركة في شبكات المعلومات ومواقع الانترنت المختلفة، وهذا ما يتطلب ضرورة توفر البنية التحتية في الاقتصاد، من خلال توفير شبكات الاتصال الفعالة والقوية، واستخدام شبكات التحويل الإلكتروني للأموال ومختلف وسائل الدفع الإلكترونية.

- **المنافسة وهيكل السوق في ظل الاقتصاد الرقمي:**

[1] راغب النجار، فريد، **الاستثمار بالنظم الالكترونية والاقتصاد الرقمي**، مرجع سبق ذكره، ص 12

من عناصر الاقتصاد الرقمي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تؤثر على درجة المنافسة وأساليبها وتحسين المراكز التنافسية، ويختلف هيكل السوق وفق درجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الاقتصاد الرقمي وذلك على المستوى المحلي والدولي، كما يجب أن تتكامل تكنولوجيا المعلومات مع المنظمات والقطاعات الاقتصادية المختلفة وخاصة التصنيع والزراعة وقطاع الخدمات المالية والمصرفية والاستثمارية.

- **مستقبل الاقتصاد الكلي في ظل الاقتصاد الرقمي**

تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا أساسيا في زيادة معدلات النمو الاقتصادي وفي زيادة الاستثمارات الرأسمالية وحجم التجارة الإلكترونية، ويؤثر الإنترنت في أساليب أداء المعاملات التجارية وأساليب العمل، وأصبح هناك أساليب متعلقة بتطور الاقتصاد الرقمي ومن أهمها ما يلي:

- نصيب كل قطاع اقتصادي من التجارة الالكترونية.
- معدلات التضخم والنمو والعمالة والإنتاجية وآثارها على الاقتصاد الرقمي.
- مكاسب حجم التجارة الإلكترونية بين القطاع والقطاعات الأخرى وبين النشاط الاقتصادي وأنشطة أخرى.

- **الاقتصاد الرقمي يوفر المعلومات لاتخاذ القرارات:**

يمكن التحكم في المعلومات بالاستخدام الفعال للمعلومات وتوظيفها لخدمة القرارات والسياسة الاقتصادية، حيث يوفر الاقتصاد الرقمي المعلومات عن طريق تعليم كيفية تحديد الاحتياجات المعلوماتية ثم اختيار المصادر المناسبة للمعلومات الأساسية والهامة، أي إدارة المصادر والموارد من المعلومات بطريقة أكثر كفاءة وتأثيرا.

3.1: عناصر وقواعد الأعمال الرقمية:

1. **عناصر الأعمال الالكترونية:** إن البنية التحتية للاقتصاد المعرفي تتمثل في ما يحتاج إليه هذا الأخير من عناصر مادية وغير مادية تؤدي بدورها إلى تنمية وفعالية هذا الاقتصاد. كما يعد الإنترنت من المقومات الرئيسية للاقتصاد المعرفي ولذلك يدعى بروح الاقتصاد المعرفي والمحرك الأساسي له. إذ أن درجة الارتباط بشبكة المعلومات العالمية من الأسس التي أصبحت تحكم كافة جوانب الحياة وأسلوب أداء الأعمال مما انعكس على تطور التجارة الالكترونية عبر الإنترنت وزيادة حجم الشركات التي تمارس أعمالها عبر هذه التقنيات، واستخدامها حكوميا أو"الحكومة الإلكترونية"[*].

☒ وعليه فبالإضافة إلى التجارة الالكترونية يضم الاقتصاد الجديد[1]:

- البنية التحتية للتطبيقات والبرمجيات(Microsoftو Netscape و IBM.....)
- البنية التحتية للإنترنت(الشركات المصنّعة لتجهيزات الاتصالات والحواسب والخدمات..)
- التسويق والوسطاء(الشركات التي تسهل تلاقي البائع والمشتري عبر الويب مثل Zd net وExcite و Yahoo)
- بنية تحتية داعمة تتمثل في الكوادر المدربة ذات المستوى العالي من التأهيل، والتي تعد من الدعامات القوية للاقتصاد الجديد[2].

2. قواعد الأعمال الالكترونية: يقوم الاقتصاد الرقمي على مجموعة من الأسس والمبادئ والقواعد التي أخذت في التطور بغية تفسير الظواهر الرقمية والممارسات السائدة على نطاق واسع قدر اعتماده على تكنولوجيا المعلومات الرقمية، ويمكن ذكر هذه القواعد في النقاط التالية[3]:

- **قانون الأصول الرقمية:** إن الأصول الرقمية لا تشبه الأصول المادية ولا تهتلك عند استخدامها، وعليه فإنه في إمكان الشركة أن تنشئ القيمة من استخدام الأصول في عدد لا متناهي من الصفقات مما يتطلب تغيير الآلية التنافسية في مجالها، حيث أن الشركة تتحمل تكلفة الإعداد الأولي للمعلومات لتصبح التكلفة الإضافية لإعادة إنتاجها رقميا اقرب إلى الصفر. وهذا ما يسمى بقانون تزايد العوائد (Increasing Returns) في مجال الأصول الرقمية، وما يقابله قانون تناقص العوائد Diminishing (Returns) بالنسبة للأصول والسلع المادية. كما أن الاقتصاد ينقسم إلى قطاعات مختلفة بعضها ينتج منتجات مادية كالأغذية ، السيارات ، الملابس، النفط،...وهذه تخضع إلى قانون العوائد المعروف في الاقتصاد، حيث تبدأ في الارتفاع في المرحلة الأولى حتى تصل إلى مستوى معين، ثم يظهر تناقص العوائد بعد ذلك المستوى, أما البعض الآخر فيقدم منتجات تقوم على المعلومات حيث تكون التكلفة الأولية"التكاليف الثابتة" لتطوير البرمجية عالية جدا، ولكن تكلفة إنتاج النسخ الإضافية(وهي التكلفة المتغيرة) منخفضة وهذا ما يؤدي إلى زيادة العوائد وترتفع ربحية الشركة بسرعة مع زيادة الإنتاج.

---

[1] غدير باسم غدير،**اقتصاد المعرفة**، مرجع سبق ذكره، ص 75

(*) الحكومة الالكترونية هي أداء الحكومات لوظائفها باستعمال تقنية المعلومات، وتنفيذ المعاملات المصرفية والمالية الكترونيا وإنشاء الشبكات التعليمية والبحثية والصحية والسياحة.

[2] سيد أبو السعود محمد جمعة، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتعلم الالكتروني والتعلم عن بعد: صناعة التعلم للمستقبل، الرياض، آذار،2009، ص08

[3] نجم عبود، **الإدارة الالكترونية:الإستراتيجية، الوظائف والمشكلات**، مرجع سبق ذكره، ص 61—95 – 104

▪ **اقتصاديات الحجم:** اقتصاديات الحجم في التجارة التقليدية، تقوم على الإنتاج ذو الحجم الصغير الذي يتم من خلال شركات صغيرة. وكلما زاد الحجم يصبح من دواعي الجدوى الاقتصادية انجازها من قبل شركة كبيرة. فتقديم الخدمة المصرفية المرتبطة بصفقات العملاء في نفس الوقت يتطلب توفير موظف مصرفي لكل صفقة للعمل عليها. وإلا فإن خط الانتظار سيزداد. و لكن مع استخدام الإنترنت، أصبح بالإمكان إجراء جميع الصفقات من قبل جميع المتعاملين مع المصرف في نفس الوقت تطبيقا لشعار" why wait in line. Go on line". كما أن التكلفة المتوسطة بالعلاقة مع اقتصاديات الحجم بالنسبة للمنتجات المادية، تتجه للانخفاض مع زيادة حجم الإنتاج حتى تصل إلى مستوى معين، ثم تأخذ بالزيادة لأن الحجم الكبير سيتطلب إضافة تسهيلات أو آلات إنتاجية جديدة. إلا أن هذا لا ينطبق على التكلفة الثابتة في اقتصاديات الحجم الجديدة للمنتجات الرقمية.

▪ **اقتصاديات النطاق الجديدة:** تقديم الخدمات عبر الأصول الرقمية، لا يوفر الخدمة للجميع في نفس الوقت وفي مجال أو سوق معينة فقط، بل إنه يمكّن من تقديم الخدمة في المجالات والأسواق المختلفة والمتباينة. فإقتصاديات النطاق(Economies of Scope) في العصر الصناعي كانت تعمل على إنتاج عدد من المنتجات المتنوعة على آلات الخط الإنتاجي، إلا أنها ظلت تعاني من ضعف التنوع والمرونة مما يحد من القدرة على الاستجابة، ولكن في العصر الرقمي فإن اقتصاديات النطاق الجديدة ذات مدى واسع في التنوع لعدد لا متناه من الزبائن لنكون أمام مشروع فرد لفرد، تسويق فرد لفرد.

▪ **الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد السرعة الفائقة:** يتميز الاقتصاد الرقمي بالحركة السريعة، ووسيلة الأقمار الصناعية والبريد الالكتروني، هذه السرعة أدت إلى البحث عن شركات تتسم بالمرونة في الحجم(التحجيم Downsizing)، وفي التنظيم(العلاقات الشبكية)، وفي المعلومات(التقاسم الفوري للمعلومات)، ولعل التبادل الواسع والمفتوح للمعلومات على شبكة الأعمال والإنترنت هو الذي أدى إلى إلغاء احد أسس الاقتصاد التقليدي للمعلومات القائم على المبادلة.

المبحث الثاني:أخلاقيات الأعمال

منذ القدم تسعى كل أمة لأن تكون لها قيما، ومبادئ تعتز بها، وتعمل على استمرارها، وتعديلها بما يوافق المستجدات، ويتم تلقينها وتدريسها، وتعليمها، وينبغي عرفيا، وقانونيا عدم تجاوزها، أو اختراقها

1.2: ماهية أخلاقيات الأعمال: تشير **الأخلاقيات** بشكل عام إلى القيم و المعايير الأخلاقية التي يستند إليها أفراد المجتمع لغرض التمييز بين ما هو صحيح و ما هو خطأ [1]

كما يعرفها ROBBINS and DECENZO بأنها مجموعة القواعد و المبادئ التي تحدد ما هو السلوك الصحيح و السلوك الخاطئ [2]

وكلمة أخلاق ETHIC مستخلصة من اللفظ اليونانيEthos ، والتي تعني خلق. والأخلاق ETHIC مجموعة من المعتقدات ، أو المثاليات الموجهة، والتي تتخلل الفرد أو مجموعة من الناس في المجتمع .

وهي مسألة نسبية بالنسبة للبعض ،فهي إذن تفضيلات اجتماعية معينة تستند الى ما يجله الافراد وما يستهجنونه في المجتمع من سلوك و تصرفات في فترة و ظروف معينة. و ضمن هذا السياق نجد الاخلاق الموقفة التي ترفع من درجة النسبية الى حدود الموقف الواحد و الحالة الواحدة , فالفرد يمكن ان يكون جيدا في حالة و سيئا في حالة اخرى حيث انه في الضغوط الموقفية المتنافسة في العالم الواقعي حتى المديرين حسني النية يقومون بما يؤدي الضرر للاخرين. ويمكن التطرق الى الأخلاقيات في المجالات التالية:

اخلاقيات الادارة: وهي مجموعة من المعايير و المبادئ التي تهيمن على السلوك الاداري و المتعلقة بما هو صحيح او خطأ [3] كما تستخدم هذه العبارة الى الاستشراف الاخلاقي، سواء ضمنيا في سلوك المنظمة أو أفرادها[4].

ويرى ايفانسينج و زميلاه فإنها تمثل خطوطا توجيهية للمديرين في صنع القرار وأن أهميتها تزداد بالتناسب مع اثار ونتائج القرار , فكلما كان نشاط المدير أكثر تأثيرا في الآخرين كلما ازدادت أهمية أخلاقيات ذلك المدير .[5]

أخلاقيات المعرفة: تشكل المعرفة مجالا من مجالات النشاط في المجتمع كما انها من انشطة الاعمال في المؤسسات التي لا بد ان تخضع لاخلاقيات المعرفة ،إذن فاخلاقيات المعرفة هي مجموعة من المبادئ التي تحدد ما هو صائب او خاطئ فيما يتعلق بالمعرفة او بالسلوك المعرفي لاصحاب المعرفة بشرط:

- ان لا تشكل هذه المعرفة مصدر ضرر او خسارة بالنسبة للمجتمع (كمعرفة مجال الصناعات الحربية، بيع اسرار

---

[1] الطاهر محسن منصور الغالبي , المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال . دار وائل للنشر و التوزيع , 2005 , ص

[2] نجم عبود نجم , أخلاقيات الإدارة و مسؤولية الأعمال في شركات الأعمال . الوراق للنشر و التوزيع , الأردن , 2006, ص 17

[3] www.guichetdusavoir.org

[4] اخلاقيات منظمات الاعمال، وليام هشاو،ترجمة عبد الحكيم احمد الخزامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2005، ص07

[5] نجم عبود نجم , نفس المرجع السابق, ص 18

المنظمة الى المنافسين)، وان لا تكون المعرفة سلوكا غير مقبول اخلاقيا (حيث ان صاحب المعرفة يجب ان يتمتع بالقيم النبيلة كالامانة والاستقامة و الاستقلال) [1]

– ان لا تستعمل هده المعرفة في تحقيق مصالح ذاتية غير مشروعة على حساب الآخرين (المعرفة تأهيل أو براعة فيما لا يستطيع الاخرون ارتكابه)

2.2: مصادر ومبادئ الأخلاقيات :

1. المصادر: تأخد الأخلاقيات مجموعة من الاشكال تتشكل في[2] :

1)**الأخلاقيات الشخصية** : حيث لكل فرد جملة من المعتقدات والمبادئ والقيم الشخصية ينقلها إلى المنظمة التي يعمل بها أو للمجتمع حيث تترجم هذه القيم و المعتقدات إلى سلوكات أخلاقية .

2) **التنظيم الإداري** : إذ يؤثر التنظيم الإداري في الأخلاقيات من خلال كل من نظم استقطاب الأفراد وتدريبهم والهيكل التنظيمي الرسمي و.... كل ذلك يساهم في تشكيل الأخلاقيات.

3) **القوانين واللوائح الحكومية و التشريعات** : فالقانون هو الذي يحدد ويضع المعايير المقبولة في مجال الأعمال والتي تؤدي بدورها الى توجيه العمال و المدراء. ووجود مثل هذه القوانين يمثل حاجزا بالنسبة للسلوكيات غير المقبولة.

أما اللوائح الحكومية فهي مجموعة المعايير والمقاييس المحددة من السلطات للممارسات المقبولة وغير المقبولة .

4) **قوانين السلوك الاخلاقي (المدونات الأخلاقية)** : وهي عبارة عن جملة من ألادلة إلارشادية لعمل المديرين والعاملين. تهدف الى توجيه و ارشاد المديرين في المجالات غير الواضحة للسلوك المهني، تذكير العاملين و المديرين بالمتطلبات القانونية والاخلاقية ,بالاضافة الى الاعلان عن المرتكزات الأخلاقية للمنظمة وتقوية الانضباط الذاتي لدى افراد المؤسسة بقواعد السلوك الأخلاقي .

5) **ثقافة المنظمة** : ثقافة المنظمة هي من مجموعة القيم والأعراف والتقاليد والتطلعات التي تمثل إطار عمل يحدد سلوكيات العاملين على مختلف الأصعدة و المستويات، فالمنظمات العريقة في ثقافتها هي التي لديها قيم راسخة في العمل وهي تمثل

[1] نجم عبود نجم , ادارة المعرفة : المفاهيم, الاستراتيجيات و العمليات . الوراق للنشر و التوزيع , الاردن , 2007, ص532

[2] الطاهر محسن منصور الغالبي , السؤولية الاجتماعية و اخلاقيات الاعمال , مرجع سابق , ص 145

لغة مشتركة للجميع، و يكون تأثير هذه الثقافة واضحًا على سلوكيات العاملين ومنعكسًا في القرارات التي يتخذونها ويبلغ الاعتزاز بالثقافة المنظمة المتميزة في بعض المنظمات إلى درجة أنها تجعلها مرجعا مهما في المنظمة.

2.مبادئ أخلاقيات المعرفة : تختلف أخلاقيات المعرفة باختلاف مبادئها كما يلي[1]:

1.2: المبادئ العامة للأخلاقيات:

1) **الاستقلالية:** حيث أن للأفراد قيمة ولا يهم الحق تقرير حياتهم وما يتعلق بها .

2) **النزاهة :** أن تبلع الحقيقة للأفراد لأن لهم الحق في معرفتها .

3) **الولاء:** ويشتمل على الصدق والمحافظة على الوعود واحترام ثقة الجمهور والتميز في جودة العمل...

4) **كرامة الحياة البشرية:** فحياة الأفراد يجب أن تحترم

5) **العدالة :** حيث أن الأفراد يجب أن يعاملوا بعدالة.

6) **الإنسانية :** أي أن تنصب أعمالنا في المجالات الفعالة والنزيهة التي تخدم المجتمع.

7) **الصالح العام :** يجب أن ننجز الأعمال وفق قاعدة الخير الأكبر او المصلحة الأوسع لأكبر عدد من أفراد المجتمع

وقد وضعت منظمة اليونسكو مرصد للأخلاقيات العالمي من اجل مساعدة الدول في تنمية قدراتها في ميادين الأخلاق التطبيقية.

2.2: مبادئ أخلاقيات المعرفة :

تقوم المعرفة على مبادئ معينة كأن أن تكون موجهة في خدمة الإثراء المعرفي والإنساني وفي خدمة المجتمع، وبالتالي فإن أخلاقياتها ترتكز على مبدأين أساسيين:

1- **مبدأ عدم الضرر:** من خلال قيام المعرفة ببعديها النظري أو التطبيقي على عدم التعمد في إلحاق الضرر بالفرد وبالتالي المجتمع.

2- **مبدأ تحقيق المنافع :** أي أن تتعدى أخلاقيات المعرفة عدم إلحاق الضرر، إلى السعي الدؤوب والمتواصل من أجل تحقيق الصالح العام"للفرد والمجتمع" .

3.2: أبعاد أخلاقيات المعرفة

[1] محمد عواد الزيات، اتجاهات معاصرة الإدارة المعرفية، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان 2008، ص 330,331..

تصدر المنظمات بمختلف انواعها مدونات اخلاقية وهي عبارة عن وثيقة تصدرها المؤسسة تتضمن مجموعة القيم التي تتبناها المنظمة في توجيه وممارسة أعمالها والتي تساعد العاملين في مواجهة القضايا والمشكلات[1] . حيث يمكن الاشارة إلى ثلاث أبعاد رئيسية أو مستويات في علاقة الأخلاقيات بالأعمال من خلال المدونات الأخلاقية :

1 -**البعد الاخلاقي المهني** : بعض الجمعيات المهنية تصدر مدونات قواعد وآداب المهنة تلزم أعضاءها بها . الجمعية الطبية وجمعية المحاسبين والمحامين، كما نجده في جمعيات الحاسوب وغيرها من مجالات المعرفة و المعلومات . ما يعاب على هذا البعد كونه محصور بمستوى وسمعة المهنة وبالتالي فإنه يتسم بالمحدودية في إطار المهنة الواحدة وأعضائها، إلا أن هذا لا يمنع من كون مبادئه الاخلاقية مرتبطة بتوخي المنافع و تجنب الضرر للمجتمع و المعلومات .

2 -**البعد الاخلاقي للاعمال** : في هذا البعد تقوم ان شركات الاعمال بإصدار مدوناتها ، يلتزم بها جميع العاملين لديها بمختلف مستوياتهم التنظيمية بما فيهم العاملين في مجال المعرفة و جمع و معالجة و خزن المعلومات على الحاسوب . و هذا يعني ان المدونة الأخلاقية للمؤسسة تميل لتوسيع اهتمامها الاخلاقي لتغطي مهنا ووظائف عديدة في اطار رؤية المؤسسة للاخلاقيات في مجال عملها.

3 -**البعد الاخلاقي الصرف** : وهو يمثل الاخلاق المثالية التي ترتبط بعمل ما هو صواب لانه صواب وليس لانه الافضل للاعمال او المهنة

4 -**الأخلاقيات والابتكار والتكنولوجيا:** يمكن الاشارة الى التكنولوجيا على اساس بعدين رئيسيين:

البعد الأول: وهو البعد الفني المتخصص، اذ يمثل صورة الآلة او الوسيلة او صوت الاحتراف المهني في التكنولوجيا.

البعد الثاني: وهو البعد الانساني العام، وهو صوت الضمير في التكنولوجيا.

فإذا كان الأول يجعل التكنولوجيا مطلوبة أولا، والمعايير الأخرى تأتي فيمابعد، فإن الثاني يفترض شيئا اكثر من هذا بالاشارة الى المعايير الاجتماعية والاخلاقية في التكنولوجيا وتطبيقاتها واستخداماتها. ولا بد من القول أن الجانب الأول هو الأكثر اثارة للاهتمام من الثاني، وهذا يعود بالتاكيد الى جانب مهم منه في بيئة الأعمال وما تقوم عليه من معايير الكفاءة ومعايير الربح.

-المبحث الثالث: انتهاكات مجال المعرفة والأخلاقيات المناهضة لها.

1.3: دوافع عدم توافر البعد الاخلاقي في مجال المعرفة

[1] نجم عبود نجم , ادارة المعرفة , مرجع سابق , ص ص 553, 554

من الأسباب التي تجعل أصحاب المعرفة و المبتكرين لا يكونون هم أكثر الناس تمتعا بالوازع الأخلاقي :

-**ضغوط بيئة الاعمال** : حيث المكافأة الاعلى لمن يبتكر أولًا، من يصمم أولًا، و بالتالي يسوق أولاً. وبسبب ما يميز هذه العملية من تسارع فليس هناك الوقت الكافي للنظر في الأخلاقيات في ظل المنافسة الشديدة القائمة على الوقت.

-**مشكلة الانقياد** : يخضع المبتكرون والباحثون في ظل انشغالهم الشديد الى منطق داخلي يدفعهم للسير في الطريقالى آخره مهما كانت النتائج. وهذا ما يدعلا بمشكلة الانقياد، فالباحثون حتى من كانوا حسني النية يمكن أن ينقادوا الى الضرر.

-**نوعية الباحثين نفسهم** : حيث يمكن أن نصف معظم اعضاء المعرفة برجال الأعمال , وبالنسبة لهؤلاء فإن براءة الاختراع هي مشروع اقتصادي قبل ان يكون مشروعًا علميًا يخدم التراث المعرفي الانساني.

الانتهاكات في مجال المعرفة

❖ هناك عدة مجالات تدخل في مجال أخلاقيات إدارة المعرفة نذكر منها:

1 -**مجال الملكية الفكرية**: عندما يقوم الفرد أو المنظمة بتطوير أي شكل من أشكال الملكية الفكرية، فإنه يتم استثمار موارد مالية كبيرة في ذلك، وبالتالي فلابد أن تيتم حماية هذه الملكية الفكرية حتى ولو لفترة زمنية لتمكنها من استرداد أموالها. كما يعد رأس المال الفكري عصرنا هذا أثمن الموجودات بالنسبة لكثير من المؤسسات واقتصاديات الدول ، ويتكون من الاختراعات الفنية والدراية (KNOW-HOW) والأسرار التجارية والعلامات اللامادية من نتاج الاختراع والابتكار، لذا فإنه من مصلحة المجتمع توفير الحماية الكافية والفعالة لحقوق الملكية الفكرية.

والملكية الفكرية هي ابتكار فكري يمتلكه فرد أو مؤسسة ويعود للمبتكر بعد ذلك الاختيار بين تشارك هذا الابتكارات بحرية الملكية مع الأخرين أو ضبط وتنظيم استخدامه بأساليب معينة، ونتيجة لنظام حقوق الملكية الفكرية يمكن ضمان ملكية المبتكر أو المنتج لذلك الابتكار والاستفادة منه تجاريًا[1]. حيث يمكن انتهاك حقوق هذه الملكية الفكرية (التقليدية والرقمية) من قبل أفراد عاديين أو من قبل أفراد المعرفة، فبالاضافة الى كون هذه الانتهاكات تهم جنائية، فهي ايضا تحمل في حالات كثيرة بعدًا أخلاقيًا يتمثل في أن الذي يعمل في الشركة ويطلع على أسرارها جراء عمله فيها يجب أن يكون أمينا عليها ومسؤولا عن حمايتها وعدم إساءة استخدامها، ومع استخدام الحاسوب ثم الانترنت فإن حقوق الملكية الرقمية اصبحت تواجه تحديات كبيرة جراء سهولة

[1] محمد عواد الزيات، اتجاهات معاصرة الإدارة المعرفية، مرجع سابق، ص ص 331-332.

وسرعة الاستنساخ (النسخ) في البلد وخارجه ، لهذا أخلاقيات الحاسوب تشير في توجيهاتها ونصوصها إلى مبادئ معينة كعدم ستعمال برامج ملكية لم يدفع مقابلها، كما لا يجب الاستلاء على مخرجات فكرية تعود للآخرين .

2 -**الخصوصية**: و هي حق كل فرد، فالفرد منا هو وحده من يقرر بنفسه ما هي المعلومات التي يفصحها عن نفسه وإلزام الآخرين بهذا الحق ، ولكن هذا الحق أصبح غير متاح في ظل إدارة المعرفة والمؤسسات التي تقدم خدمات إلكترونية ، ففي عالم الشبكات أصبح من السهل أن يحصل الآخرون على مفاتيحك دون أن تشعر، ويمكن الحماية بواسطة تشفير الملفات.[1] ما يرجعنا بالذاكرة الى قضية شركة(جريتس إنترنت) الشهيرة ببيع معلومات خاصة بملايين المستخدمين المسجلين لديها

بالرغم من تعهدها المسبق بعدم افشاء بياناتهم الخاصة. فالمستهلكون كانوا يعتقدون أنهم يقومون بكل بساطة بالتسجيل كي يتمكنوا من تصفح موقع يقدم مشغلات IPOD أو أفلام DVD أو ألعاباً مجانية, وأنها تعهدت في صفحة التسجيل بأنها لن تقوم ببيع أو تأجير عناوين بريدهم الإلكتروني الخاصة, وأن الشركة بدلاً من الحفاظ على خصوصية عملائها قد قامت ببيع بياناتهم إلى ثلاث شركات لتسويق البريد الإلكتروني؛ مما نجم عنه تدفق مئات الملايين من البريد الدعائي الجماعي إلى هؤلاء العملاء . .[2]

إن البعد الأخلاقي في هذا المجال يتطلب من المؤسسات أن تعرف زبائنها من أجل استجابة أفضل لحاجاتهم، ولكن يجب أن يتجاوز الأغراض التي جمعت من اجلها المعلومات وأن لا يطلع على هذه البيانات إلا من هو مخول من الشركة.

3 -**الاستخدام غير المشروع للمعلومات**: سواء من خلال عدم اتخاذ الشركة للإجراءات الملائمة لحمياتها من تطفل الآخرين من داخل الشركة أو من خارجها، أو السماح لشركات أخرى أن تقاسمها هذه المعلومات بدون معرفة أو موافقة للأفراد المعنيين.

والمدونات الأخلاقية في هذا المجال تؤكد على :

-أنه يجب أن لا تجمع المعلومات إلا بمقدار ما تتطلبه المهمة.

-أنه يجب أن تحمي معلومات الذين يتعاملون معك.

-أنه يجب أن لا تتطفل على معلومات الآخرين إلا بحدود عملك

-أنه يجب أن لا تتدخل مع عمل حاسوب الأخرين ومعلوماته.

[1] حسن طاهر داوود , امن شبكات المعلومات , الادارة العامة للطباعة و النشر , السعودية , 2004 ص 47

[2] عاطف عوض , في أكبر قضية انتهاك للخصوصية في تاريخ الإنترنت , مجلة الجزيرة الرقمية , www.al-jazirah.com

4 -**الدخول غير المرخص**: أحيانا بعض دوافع الدخول اللامشروع لا تكون جنائية كما في الدخول غير المتعمد، وإنما دوافع غير مدركة للمخاطر، وهناك نماذج أصبحت معروفة من القائمين بالدخول غير المرخص مثل[1] :

أ) **المازحون Pranksters**: وهم الأفراد الذين يقومون بالحيل على الأخرين دون أن يقصدوا أي ضررا خاص.

ب) **المخترقون HACKER** : وهم يسعون إلى اختراق واكتشاف أنظمة حواسيب الأخرين وكسب الاحترام من أتباعهم المخترقين.

ج) **المخترقون الماكرون: Malicieuses Hackers**: يقومون باختراق لدوافع اجتماعية مبهمة ولكن لا ترتبط بالكسب غير المشروع.

هذه الفئات قد توضع أحيانا ضمن الانتهاكات الجنائية لأنها يمكن أن تتحول بقصد أو بغير قصد الى ارتكاب جرائم الحاسوب.

5 -**طبع البيانات والمعلومات**: حيث يمكن أن تظهر هذه المشكلة الأخلاقية في المؤسسات تحت تأثيرات معينة ولأغراض متعددة، ويمكن توضيحها من خلال "ضغط الأعلى" فضغط الرئيس الأعلى يمثل أكثر الضغوطات تأثيرًا على الأفراد في العمل على حساب قيمهم الشخصية وفي مجال العمل المعرفي فإن ضغط الأعلى يتمثل في تقديم الأرقام والحجج الصحيحة لدعم سياسات المدير الأعلى أو في الاستشهاد بآراء المستشارين الذين لم يأخذ رأيهم فعلا لتمرير مشروع معين[2].

6 -**اللجوء إلى المنافسين**: أن البيئة التنافسية هي التي ضخمت من إحساس الشركات بمشكلة رأس المال البشري المتمثلة في لجوء موظفي الشركة الى منافسيها، ففي شركة IBM مثلاً هناك الكثير من أفرادها المهنيين توجهوا نحو شركات HP و SUN أو قاموا بمشروعاتهم الخاصة.

- ❖ **الانتهاكات الجنائية**: إن هذه الانتهاكات تدخل ضمن ما يسمى بالجريمة الالكترونية والتي تعرف بأنها " مجموعة الأفعال المرتبطة بالمعلوماتية والتي يمكن أن تكون جديرة بالعقاب "[3] .

كما تعرفها OECD بأنها: " كل سلوك غير مشروع وغير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات وأدلتها " مثل:

---

[1] نجم عبود نجم , أخلاقيات الإدارة و مسؤولية الأعمال في شركات الأعمال , مرجع سابق , ص 447

[2] نجم عبود نجم , ادارة المعرفة . مرجع سابق , ص 541

[3] نجم عبود نجم , اخلاقيات الادارة و مسؤولية الأعمال في شركات الأعمال , مرجع سابق , ص 450

1 -**سرقة الأجهزة والبرامج:** لا تختلف عن أية سرقة أخرى ومسؤولية الشركة الأخلاقية تتمثل في توفير الحماية اللازمة لها.

2 -**قرصنة البرمجيات** :وهي الاستنساخ غير القانوني لبرمجيات محفوظة الحقوق، وتعتبر هذه القرصنة من أكثر الانتهاكات شيوعًا ليس فقط على مستوى الأفراد وإنما على مستوى الدول ففي جنوب شرق آسيا مثلا هناك شركات تعمل على استنساخ وتصدير البرمجيات المستنسخة وتعمل بحرية أكبر في دول تعتبر التقليد والتعليم منه وإعادة إنتاجه بتكلفة أقل هو أساس ميزتها التنافسية.

3 -**سرقة وقت الحاسوب والخدمة عليه:** سرقة الوقت والخدمة ، وخداع الرسوم مثال عن هذه الانتهاكات. ففي السابق كانت تستخدم قطع الحديد بدلا من العملات الحقيقية للحصول على ميزة أو خدمة من الأجهزة ولكن مع الانترنت والشبكات أصبح من السهل الحصول على مزايا جديدة كالخدمات الهاتفية الدولية ومن ثم نقل رسومها إلى أشخاص آخرين لتحميلها.

4 -**تشويه وإتلاف المعلومات وتهديد سريتها:** و هذا الانتهاك يلحق أضرارًا مادية و معنوية كبيرة بالشركات، لهذا تتخذ الشركات إجراءات الحماية وتنفق الكثير من الأموال ومن جهود ووقت العاملين فيها من أجل أمن معلوماتها.

الفيروسات: الفيروس برنامج خفي يتم إدخاله إلى الحاسوب بطرق مختلفة عن طريق الأقراص أو انتقاله من حاسوب لأخر عبر الشبكة، ثم يبدأ باستنساخ نفسه ليقوم بعضها بإتلاف الأجهزة أو الملفات أو إيقاف عمل البرامج، كما أنه هناك فيروسات ذكية حيث أنها تبحث عن البيانات المالية وعند إيجادها ترسلها إلى عبر الشركة إلى السارقين.

وهذه الفيروسات تمثل مشكلة خطيرة، حيث بات يظهر ما يقارب المائتين فيروس جديد شهريًا، والتي تعددت خصائصها وأضرارها، فالبعض ينشط في تاريخ معين والبعض الآخر يكون ملتصقًا بملفات عادية وعند تشغيلها فإن الفيروس ينشط ويبدأ في العمل ويقوم بإتلاف الملفات الموجودة على القرص الصلب أو إتلاف القرص الصلب ذاته أو إرسال الملفات المهمة بالبريد الالكتروني ونشرها عبر شبكة الانترنت .

3.3: الأخلاقيات إزاء هذه الانتهاكات :

1 – لا شك في أن القانون له البعد الأخلاقي الرسمي فالردع (البعد الأضعف للقانون) ليأتي بعده العلاجي في تطبيق العقوبة على مرتكبي هذه الانتهاكات (البعد الأقوى) ، أما في الأخلاقيات فالعكس ، فهي تتجه إلى ضمير الفرد أخلاقيا ومهنيا وإلى الوقاية أولا من خلال مجموعة من القيم والمعايير الأخلاقية التي يجب الحث والتحفيز على العمل بها.

2 – إجراءات الحماية وأمن المعلومات تمثل مسؤولية إدارية وأخلاقية على الشركات اتخاذها.

3 – على الإدارة أن توازن بين ثقتها بالعاملين (قيمة أخلاقية) وبين واجباتها الإدارية في حماية الشركة ومواردها ومعلوماتها، ولا شك في أن تصريح الشركة الأخلاقي أو مدوناتها الأخلاقية تقدم أساسا جديدا يمثل هذا التوازن.

الخاتمة: كختام لهذا العمل تم التأكيد على جملة من النتائج والتوصيات لعلها تحفز من أخلاقيات التكنولوجيا والمعرفة واستخدامات هذه الأخيرة:

-التأكيد على مجموعة من المعايير والمدونات والقواعد المهنية الكثيرة الصادرة في مجالات العمل والتكنولوجيا.

-الدعوة إلى إصدار مدونة أخلاقية للعاملين في مجال العلم والتكنولوجيا والفروع المرتبطة بها كأعمال المختبرات...، لتكون مصدر للمعايير الأخلاقية التي يجب مراعاتها مهنهم ووظائفهم ومشروعاتهم العلمية في مواجهة المعايير الأخرى المفروضة عليهم من جهات أخرى.

-إخضاع المجالات الأساسية للبحوث العلمية والتكنولوجيا لمراقبة دقيقة وإخضاعها لقدر من المراقبة المحددة قانونا للحد من الانخداع المضر والتصرفات اللاأخلاقية في هذه المجالات.

-توجيه اهتمام أكبر من قبل العاملين في مجالات العلم والتكنولوجيا بالأخلاقيات

-التأكيد على مسؤولية إدارة المعرفة في توجيه أفراد المعرفة من باحثين ومبتكرين وعاملين في مجالات العمل المعرفي في شركاتهم من أجل الالتزام بالمدونات الأخلاقية، وأن تكون الإدارة جزءا من عملية التوجيه والتقسيم والكبح الأخلاقي للاتجاهات السلبية في العمل المعرفي في شركاتهم.

قائمة المراجع:

1. راغب النجار فريد، **الاستثمار بالنظم الالكترونية والاقتصاد الرقمي**. مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2004

2. شهاب الديب، **توجهات ترسم مستقبل التجارة الالكترونية، دراسة عن تأثير التجارة الالكترونية على الملكية الفردية والأمن الالكتروني.** "أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجي" ، القاهرة، مصر، 2001.

3. غدير باسم غدير، **الاقتصاد المعرفي نحو نمط اقتصادي جديد،** دار المرساة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزء الأول، 2001

4. سيد أبو السعود محمد جمعة، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتعلم الالكتروني والتعلم عن بعد: صناعة التعلم للمستقبل، الرياض، آذار .

5. نجم عبود، **الإدارة الالكترونية:الإستراتيجية، الوظائف والمشكلات،** 2009

6. الطاهر محسن منصور الغالبي، **المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال**. دار وائل للنشر و التوزيع،2005

7. نجم عبود نجم، **أخلاقيات الإدارة و مسؤولية الأعمال في شركات الأعمال**. الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، 2006

8. نجم عبود نجم ، إدارة المعرفة : **المفاهيم، الاستراتيجيات و العمليات**. الوراق للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2007

9. محمد عواد الزيات، **اتجاهات معاصرة الإدارة المعرفية**. دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان 2008

10. حسن طاهر داوود، **أمن شبكات المعلومات**. الإدارة العامة للطباعة و النشر ، السعودية، 2004

11. مجلة الجزيرة الرقمية ، www.al-jazirah.com